Communiquer sur sa publication

en 10 points

1. Faites du *buzz* : les recommandations de base
2. Communiquez sur le site web de votre institution
3. Rejoignez un réseau social généraliste (Twitter, Facebook…)
4. Rejoignez un réseau social scientifique ou professionnel (ResearchGate, Academia, MyNetResearch, MyScienceWork, LinkedIn…)
5. Bloggez !
6. Proposez une note à des plateformes d'échange de connaissances
7. Alimentez Wikipédia
8. Rédigez une note pour un magazine
9. Pensez à la radio et à la vidéo !
10. Publiez une note d'orientation politique (*policy brief*)

Liens utiles

1. Faites du *buzz* : les recommandations de base

Vous publiez un article ou un ouvrage, faites-le savoir !

Vous avez d'abord enregistré votre publication dans la base de données documentaire de votre institution. Vous avez aussi mis en ligne sur votre page web personnelle et dans une ou plusieurs archives ouvertes son résumé ou son texte intégral, en fonction des autorisations de l'éditeur (reportez-vous à la fiche Coop-ist http://url.cirad.fr/ist/archive-ouverte).

Vous pouvez alors élaborer une **stratégie de communication (*buzz*)** pour donner de la visibilité à votre publication. Identifiez les publics que vous souhaitez informer, sélectionnez les médias utilisés par ces publics, rédigez et diffusez un texte adapté à chaque public et à chaque média.

Le secret d'un bon *buzz* tient en trois principes : un texte de base concis qui éveille la curiosité, un public correctement ciblé, et la combinaison de différents médias et supports.

Votre texte aura les qualités suivantes :

- être centré sur un seul message
- être clair, informatif, concis
- avoir un titre accrocheur et centré sur le message
- être compris à la première lecture (pas d'acronymes, ni de mots compliqués)
- contenir un maximum de mots clés pour être moissonable par les moteurs de recherche
- contenir le lien vers la page web donnant accès à la publication (accès libre ou sous condition de l'éditeur) ou vers une autre page web plus détaillée.

L'idéal est de préparer un message complet, puis de décliner plusieurs versions adaptées à chaque contexte, avec des niveaux différents de synthèse et de longueur de texte, jusqu'au message direct d'un *tweet* posté sur *Twitter* par exemple.

cirad
CC BY NC SA

Adaptez votre message au public ciblé (langue, contenu, style) : scientifiques, professionnels, agriculteurs, journalistes, donateurs, décideurs politiques, acteurs de terrain, grand public… Par exemple, insistez sur des conseils pratiques si vous ciblez des acteurs de terrain. Ajoutez des informations chiffrées si vous ciblez des donateurs ou des décideurs politiques.

Utilisez plusieurs médias, en particulier différents types de sites web : sites institutionnels, réseaux sociaux, blogs, plateformes d'échange de connaissances, sites de vidéos, sites de radios, magazines.

Utilisez plusieurs supports : texte seul ou illustré (photo, icone, nuage de mots-clés, graphique, dessin…), vidéo, audio (podcast).

Privilégiez les réseaux sociaux, car ce sont les **médias web les plus utilisés dans le monde, via les ordinateurs et la téléphonie mobile**, au Nord comme au Sud.

La **visibilité d'un article scientifique** dans les réseaux sociaux, blogs et sites web, est maintenant évaluée par des mesures alternatives d'impact, appelées ***altmetrics***. Elles sont fournies par la plupart des éditeurs de revues scientifiques et complètent les indicateurs de notoriété des revues ou des publications d'un auteur.

Communiquez **simultanément sur plusieurs réseaux sociaux** en utilisant des outils comme Hootsuite (https://hootsuite.com), Bufferapp (https://bufferapp.com), IFTTT (https://ifttt.com).

Attention, pensez qu'en rejoignant un réseau social, vous lui accordez automatiquement des **droits** sur vos données et vous ne pouvez y déposer le texte intégral d'une publication que si vous en détenez les droits d'auteur (voir la fiche CoopIST : Protéger vos droits d'auteurs).

2. Communiquez sur le site web de votre institution

Le site web de votre institution est le premier lieu pour communiquer sur votre publication. Egalement, le service de communication de votre institution réalise peut-être des dossiers de presse pour les journalistes. Dans les deux cas, contactez la personne responsable de la communication pour la procédure à suivre.

3. Rejoignez un réseau social généraliste (Twitter, Facebook…)

Twitter est un formidable outil de communication vers un large public. C'est le réseau social le plus utilisé par les journalistes.

Twitter est un site de **microblogging** : vos messages (*tweets*) sont limités à **140 caractères**. L'objectif est d'aller au cœur de votre information pour éveiller la curiosité. Votre tweet inclura le lien web raccourci concernant votre publication : pour cela, aidez-vous d'un raccourcisseur de lien comme Google url shortener (https://goo.gl) ou Bit.ly (https://bitly.com).

Exemples de tweets pour annoncer la parution d'un article :

- *Our paper was accepted! "The role of Twitter in the life cycle of a scientific publication" https://peerj.com/preprints/16/ @thePeerJ Thanks all!*
- *#biotechnologies : la frite génétiquement modifiée, c'est pour bientôt ! agriculture-environnement.fr/actualites,12/article/*
- *Ne manquez pas notre article @Nature Chemistry: Optically switchable transistor via energy level phototuning ow.ly/bNB&X*

Facebook, comme Twitter, permet de créer ou de rejoindre des groupes d'utilisateurs autour d'une thématique, et d'intéresser les utilisateurs de manière plus ciblée.

cirad
CC BY NC SA

Exemples de groupes scientifiques Facebook :

- Biostatistics and Population Biology group (https://www.facebook.com/groups/464518943663021/)
- Aquaculture without Frontiers (https://www.facebook.com/groups/53013352312/)
- Hack your Phd (https://www.facebook.com/groups/499463776745202/)

En Afrique, ces réseaux sociaux ont adapté leurs applications dans plusieurs langues, par exemple en swahili, haoussa et zoulou. Egalement, des réseaux sociaux africains se sont développés tels que Mxit (http://get.mxit.com/, Afrique du Sud), Togosocial (http://togosocial.com/, Togo), ou Ushahidi (http://www.ushahidi.com/), Kenya).

4. Rejoignez un réseau social scientifique ou professionnel (ResearchGate, Academia, MyNetResearch, MyScienceWork, LinkedIn…)

Les réseaux sociaux scientifiques ou professionnels vous permettent de créer un **profil scientifique** et de l'alimenter avec des informations sur vos travaux en y ajoutant des "tags" correspondant à des domaines de recherche. Ces réseaux incluent des blogs et des forums de discussion dont les débats sont parfois très riches.

ResearchGate (www.researchgate.net/) et **Academia.edu** (www.academia.edu/) sont les réseaux actuellement les plus utilisés par les scientifiques. ResearchGate est surtout utilisé par les chercheurs en sciences dites exactes. Academia.edu concerne plus les sciences humaines et sociales (SHS) et c'est aussi le réseau universitaire le plus important.

MyNetResearch (www.mynetresearch.com/) et **MyScienceWork** (www.mysciencework.com/) sont deux autres réseaux scientifiques. MyNetResearch est centré sur la collaboration scientifique pour des projets de recherche ou d'articles. MyScienceWork est centré sur la publication et le libre accès, avec plusieurs millions d'articles que les utilisateurs peuvent annoter.

LinkedIn (fr.linkedin.com/) est un réseau social très utilisé par les professionnels de tous secteurs.

5. Bloggez !

L'intérêt d'un blog est sa réactivité : soyez actif et réactif. Plus vous écrivez plus le blog apparaîtra dans les moteurs de recherche. Ecrivez régulièrement, et répondez vite aux commentaires.

Intervenez dans un blog déjà existant.

Créez votre propre blog en accès public ou restreint, sur un site web qui offre cette opportunité. En créant un groupe dans votre domaine, et en invitant d'autres personnes à le rejoindre, vous pourrez tenir informés les lecteurs de vos résultats récents.

Les blogs existent dans tous les domaines, portés par des institutions, des revues, des individus...

Exemples de blogs :

- Agroperspectives (http://www.agroperspectives.fr/)
- Africanus (http://africanus.over-blog.com/)
- Hypotheses.org (http://fr.hypotheses.org/): plateforme rassemblant plus de 600 blogs (dénommés *Carnets*) en sciences humaines et sociales
- Le C@fé des sciences : communauté de blogs en français (http://www.cafe-sciences.org/)
- Blog de l'IFPRI (International Food Policy Research Institute) (http://www.ifpri.org/news)
- Blog de la revue *Annals of Botany* (http://aobblog.com/)
- Blog of the Partnership for the Tropical Forest Margins (http://www.asb.cgiar.org/blog)
- Social Science Space (http://www.socialsciencespace.com/)
- Social reporting blog de l'IFAD (International Fund for Agricultural Development) (http://www.ifad.org/)

cirad
CC BY NC SA

6. Proposez une note à des plateformes d'échange de connaissances

Choisissez la plateforme web d'échange de connaissances la plus pertinente pour votre sujet et dont le lectorat correspond à votre public. Certains sites proposent des forums de discussion thématiques ou vous offre la possibilité de créer votre groupe de discussion. Consultez les instructions pour vous enregistrer sur le site et savoir comment y participer.

Exemples de plateformes d'échange de connaissances :

- Connaissances pour le développement (http://knowledge.cta.int/fr/)
- Forum global de la FAO sur la sécurité alimentaire et la nutrition (http://www.fao.org/fsnforum/fr/about)
- Inter-réseaux développement rural (http://www.inter-reseaux.org/)
- Médiaterre, le système d'information mondial francophone pour le développement durable (http://www.mediaterre.org/)
- The Broker, connecting worlds of knowledge (http://www.thebrokeronline.eu/en/About-the-Broker)

7. Alimentez Wikipédia

Wikipédia est l'encyclopédie web la plus utilisée. Ses contenus collaboratifs peuvent être alimentés à condition de respecter des règles d'usage et de mettre en ligne des documents de qualité.

Contribuez à des articles portant sur votre domaine, ajoutez votre référence et le lien vers le site adéquat (http://fr.wikipedia.org/wiki/Aide:D%C3%A9buter). Créez un article si aucun ne correspond à votre sujet (https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Your_first_article).

8. Rédigez une note pour un magazine

Rédigez une note pour un magazine choisi en fonction du thème, du public (scientifique ou professionnel), et éventuellement de la zone géographique (national ou régional). Consultez le site du magazine pour connaître les instructions ou prenez contact avec le responsable de rédaction ou le journaliste en charge de votre thème.

Exemples de magazines :

- Farming Matters (http://www.agriculturesnetwork.org/magazines)
- Grain de sel (http://www.inter-reseaux.org/revue-grain-de-sel/)
- New Agriculturist (http://www.new-ag.info/fr/index.php)
- Rural 21 (http://www.rural21.com/francais/home-fr/)
- Urban Agriculture Magazine (http://www.ruaf.org/)

9. Pensez à la radio et à la vidéo !

La radio et la téléphonie mobile sont très utilisées dans les pays en développement. Ils servent largement pour fournir des informations aux agriculteurs, même sans connexion internet, notamment grâce aux radios communautaires et aux SMS.

Réalisez des podcasts, en format audio ou vidéo : c'est facile à produire avec un téléphone portable, un caméscope ou un ordinateur et un micro. La vidéo est utile pour montrer des méthodes, des outils ou illustrer des ateliers. Elle peut être diffusée sur les réseaux sociaux ou sur des sites web (institutionnels, thématiques, YouTube, Dailymotion…). Le podcast audio est plus facile à diffuser car le fichier est souvent moins lourd et la connexion internet n'est pas constamment nécessaire.

Exemples de radios africaines :

cirad
CC BY NC SA

- Radio Africa n°1, radio africaine francophone qui présente une rubrique livres (http://www.africa1.com/)
- Agfax : Reporting Science in Africa (http://www.agfax.net/)
- L'Association des Radios Communautaires de Centrafrique (http://arc-radios-communautaires.net/republique_centrafricaine/republique_centrafricaine/)

10. Publiez une note d'orientation politique (*policy brief*)

Vous pensez que vos résultats publiés peuvent être utiles à des décideurs ? Rédigez une note d'orientation politique (*policy brief),* c'est-à-dire une note argumentée, facile à lire et courte en 4 pages maximum (Voir la fiche CoopIST : Écrire un policy brief).

Liens utiles

Barbaresi A., 2013. Participer à Wikipédia en tant que chercheur : enjeux et mode d'emploi. ENthèSe, ressources pour la thèse. http://enthese.hypotheses.org/791

Benech C., 2014. Protection et propriété des données sur Academia.edu et ResearchGate. Archéorient le blog. http://archeorient.hypotheses.org/2554

Bester E., 2014. L'offre de réseaux socio numériques pour les scientifiques : services et stratégies d'acteurs. *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* 15 (1). http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2014/02-Bester/index.html.

Bonifay F., 2013. Le blogging scientifique sur hypotheses.org. ENthèSe, ressources pour la thèse. http://enthese.hypotheses.org/769

CPU-CNRS, 2015. Ma thèse en 180 secondes. http://mt180.fr/

FAO, 2012. Manuel de Communication pour la Sécurité alimentaire. http://www.fao.org/docrep/015/i2195f/i2195f.pdf

IMARK, 2013. Rédiger et publier un document scientifique ou technique. Unité 6 – Promouvoir sa publication. http://www.imarkgroup.org/#/imark/fr/course/P

L'Afrique des Idées, 2015. L'Afrique et les réseaux sociaux virtuels. http://terangaweb.com/lafrique-et-les-reseaux-sociaux-virtuels/

Sabuncu E., Blanchard A., 2012. Les réseaux sociaux numériques de chercheurs en SHS. In : Non-actes de la non-conférence des humanités numériques. Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris. http://books.openedition.org/editionsmsh/289

SAGE, 2015. 10 Ways to Increase Usage and Citation of your Published Article Using Social Media. http://www.sagepub.com/authors/journal/10ways.sp

TechMissus, 2015. Le top 10 des meilleurs réseaux sociaux africains. http://www.techmissus.com/reseaux-sociaux/le-top-10-des-meilleurs-reseaux-sociaux-africains/

cirad
CC BY NC SA

Information

Comment citer ce document :

Dedieu, L., Dupré, S., Fovet-Rabot, C. 2015. Communiquer sur sa publication, en 10 points. Montpellier (FRA) : CIRAD, 6 p.
http://url.cirad.fr/ist/communiquer-sur-sa-publication

Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons : Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International, disponible en ligne.: http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.fr
ou par courrier postal à : Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.
Cette licence vous permet de remixer, arranger, et adapter cette œuvre à des fins non commerciales tant que vous créditez l'auteur en citant son nom et que les nouvelles œuvres sont diffusées selon les mêmes conditions.